

•
•
•
•
•
•
•

Informe final de la campaña del ajo en Andalucía

Informe final

Julio 2010

Versión 1



JUNTA DE ANDALUCÍA

SECRETARÍA GENERAL DEL MEDIO RURAL Y LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Informe final de la campaña del ajo en Andalucía

Índice de Contenidos

1. Resumen	2
2. Introducción.....	2
3. Incidencias	2
4. Superficies y producciones	3
5. Situación del sector andaluz en la Campaña 2010	4
6. Precios	5
7. Comercialización.....	7
8. Consideraciones finales.....	7

1. Resumen

Campaña marcada por la adversa climatología invernal, con abundantes precipitaciones que han provocado una pérdida de tamaño de los bulbos de ajo y una disminución de los rendimientos por hectárea para este cultivo. Esta circunstancia, unida a la reducción de superficie cultivada de ajo en China y al incremento de su autoconsumo, han influido notablemente en el ascenso de las cotizaciones a nivel mundial de esta hortaliza.

2. Introducción

La finalidad principal del presente informe, es la de dar una visión general del desarrollo de la producción del ajo andaluz a lo largo de la campaña 2009/10. Para lograr dicha finalidad, se ha realizado una ronda de contactos con 7 empresas del sector, de las provincias productoras de Córdoba y Granada, a las que se les ha planteado una encuesta con preguntas relacionadas con las siguientes cuestiones:

- Kg totales recolectados en la campaña presente por variedad y comparación con la anterior.
- Uso de insumos.
- Distribución de calibres.
- Rendimiento por hectárea de esta campaña en comparación con la anterior.
- Precios de la actual campaña en comparación con la anterior.
- Comercialización.
- Incidencias de campaña.
- Otras consideraciones.

3. Incidencias

Las importantes lluvias registradas a lo largo de la actual campaña, que ascendieron a 775 l/m² y 967 l/m² para las zonas productoras de Granada y Córdoba respectivamente, han sido determinantes para la calidad y rendimientos finales de las diferentes variedades de ajo.

Los efectos más destacables del exceso de agua durante el período vegetativo de este cultivo han sido variados, pudiendo citar como los más destacables los que se detallan continuación.

En primer lugar, mencionar que la lluvia provocó un incremento de los insumos en las explotaciones. La concentración de los periodos de precipitaciones, unido a la cuantía de las mismas, desembocaron en un notable incremento de la incidencia de las enfermedades fúngicas así como de los ataques por nematodos, forzando a los agricultores a realizar tratamientos más intensos o reiterados a lo largo del tiempo, con la finalidad de disminuir la

influencia de estas fitopatologías. Como dato anecdótico, señalar que algunos productores de la Campiña cordobesa se vieron obligados a utilizar avionetas para la fumigación de sus campos, ante la imposibilidad de poder penetrar en sus fincas con los tractores, por la abundante presencia de barro. Las altas temperaturas registradas durante el último tramo del desarrollo vegetativo del cultivo, han sido determinantes en la aparición de algunos brotes de Waxy breakdown o Parálisis cerosa, aunque su grado de incidencia ha sido muy bajo.

Así mismo, algunos agricultores tuvieron que realizar una corrección de los niveles de abonado tras los períodos de precipitaciones intensas, al perderse gran parte de los nutrientes por escorrentía o por percolación profunda, pasando a capas del suelo en las que no estaba disponible para las raíces del cultivo.

En segundo lugar, al existir una mayor disponibilidad de agua en el perfil del suelo, las malas hierbas encontraron un ambiente idóneo para su desarrollo durante la primavera, obligando a los productores a repetir los tratamientos herbicidas o a efectuar frecuentes escardas para su eliminación.

En último lugar, indicar unos factores determinantes en el rendimiento final de las fincas para la actual campaña. Por un lado, el exceso de agua provocó una mortandad de semillas y de plántulas cercana al 15% de media en aquellas fincas con zonas inundables. Por otra parte, la adversa climatología invernal, con prolongados períodos de baja radiación solar incidente sobre los cultivos, fue la responsable de una disminución en el calibre del producto final, determinante para la disminución del rendimiento final producido. Es decir, en aquellas fincas en las que se ha recolectado el mismo número de bulbos que durante la campaña pasada, se ha producido un descenso de los kilogramos recolectados de entre un 10% y un 20% según la variedad y como consecuencia del menor tamaño del producto cosechado.

Durante el mes de junio se produjeron unas precipitaciones de cierta importancia en Andalucía, ya que en algunas zonas productoras de la provincia de Córdoba llegaron a superarse los 36 l/m². Salvo en casos puntuales estas lluvias caídas no supusieron ningún perjuicio para el ajo, a pesar de que en muchas explotaciones ya lo habían arrancado y se encontraba oreándose sobre el terreno.

4. Superficies y producciones

Durante la campaña 2009/10 se ha registrado un descenso de la superficie plantada, así como del volumen total de ajo producido en Andalucía. En la tabla 1 se muestran los rendimientos alcanzados, los volúmenes producidos y la superficie cultivada para la campaña 2009/10, en relación a los valores obtenidos durante la campaña 2008/09.

Tabla 1 Comparación de los volúmenes producidos, superficies y rendimientos de ajo para las campañas 2008/09 y 2009/10.

Campaña	Volumen (Tm)	Superficie (Has)	Rendimiento (Kg/ha)
2008/09	50.359	4.261	11.819
2009/10	39.488	3.707	10.652
Variación	▼ 22%	▼ 13%	▼ 10%

Fuente: Avance de superficies y producciones agrícolas. CAP

En la tabla 2 se establece la comparación entre los rendimientos obtenidos para las variedades de ajo chino y morado durante las campañas 2008/09 y 2009/10.

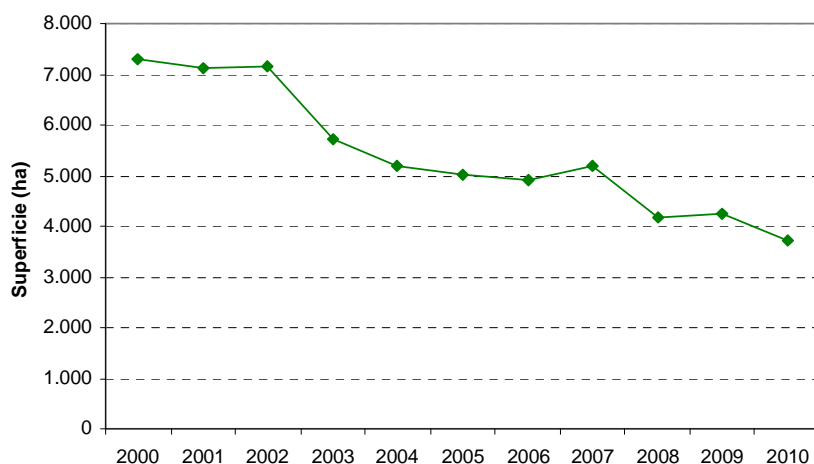
Tabla 2 Comparación de los rendimientos para las diferentes variedades de ajo durante las campañas 2008/09 y 2009/10.

Campaña	Rendimiento ajo Chino (Kg/ha)	Rendimiento ajo Morado(Kg/ha)
2008/09	13.000	10.000
2009/10	12.000	8.000
Variación	▼ 8%	▼ 20%

Fuente: Datos facilitados por el sector.

En el gráfico 1 se puede observar la evolución de la superficie cultivada en Andalucía. En la última década, ésta se ha reducido en un 49%.

Gráfico 1 Evolución de la superficie cultivada de ajo en Andalucía.



Fuente: Anuarios y Avance de superficies y producciones agrícolas. CAP

5. Situación del sector andaluz en la Campaña 2010

A pesar de las desfavorables condiciones climáticas registradas durante el inicio del período vegetativo del ajo, la llegada del buen tiempo primaveral, unido al ascenso de las temperaturas en el tramo final de su desarrollo, han sido determinantes para la óptima calidad del producto cosechado. Esta característica se hace especialmente destacable en la variedad morada, en la que se han alcanzado unos parámetros de calidad cercanos a la excepcionalidad.

En respuesta a la cuestión de qué porcentaje de cosecha quedaba por recolectar en el momento de la elaboración del presente informe, todos los entrevistados coinciden en que el 100% de las variedades han sido arrancadas, quedando alrededor de un 5-10% de la cosecha de las variedades morada y blanca sobre el terreno a la espera de su desecación total.

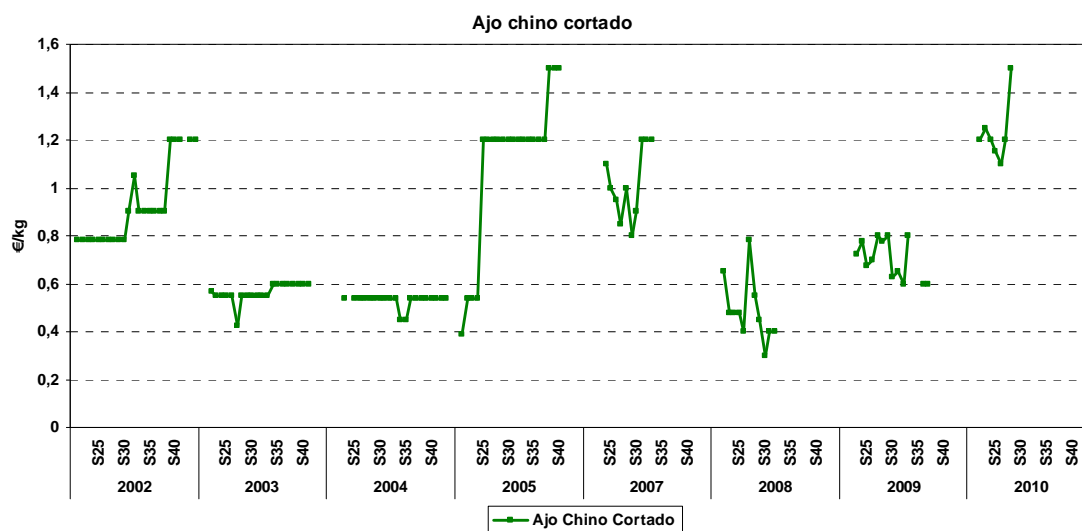
6. Precios

China es el principal productor de ajos del mundo, por lo que sus precios suelen ser referentes para el resto de las zonas productoras. Durante la presente campaña, se han producido en este país dos incidencias importantes: una importante reducción de la superficie cultivada así como el incremento del autoconsumo para este producto. Estos dos factores han sido clave en la formación del precio mundial del ajo, experimentado un incremento notable de su cotización.

El precio percibido por el agricultor andaluz para la variedad de ajo chino durante la presente campaña, se ha mantenido en una horquilla que oscila entre 1,1€/kg y 1,25€/kg, según calidad y calibres, aunque con el avance del mes de julio este precio se ha incrementado hasta valores cercanos a 1,5€/kg, al ser cada vez más escasas las fincas pendientes de ser arrancadas. Este precio incluye el arranque, su corta y 7 u 8 días de oreo en campo. Si se establece una comparación entre las cotizaciones para este producto durante la presente campaña, y las relacionamos con la precedente en la que los valores más usuales se situaban entre los 0,6€/kg y los 0,8€/kg, se observa que esta campaña se ha producido un incremento de su valor de entre un 56% y un 83%.

En el gráfico 2 se presenta la evolución del precio pagado en almacén para el ajo chino cortado desde la campaña 2001/02 hasta la 2009/10.

Gráfico 2 Evolución del precio de ajo chino cortado¹.

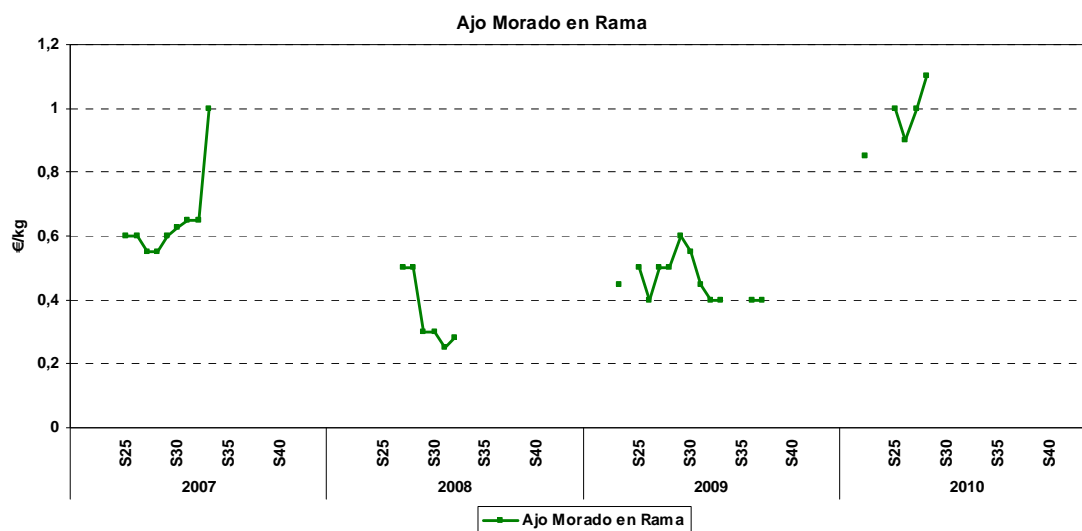


Fuente: Precios semanales agrícolas. CAP

¹ No se presentan los precios para la campaña 2006 por no disponer de datos suficientemente representativos para la elaboración del presente informe. Para la campaña 2009/10 solo se dispone de datos hasta la semana 28.

Si se establece una comparación similar para el ajo morado cortado durante la campaña 2009/10, se observa que el precio percibido por el agricultor ha oscilado entre los 0,85€/kg y los 1,10€/kg, lo que supone un incremento de entre un 83% y un 112% respecto a las cotizaciones obtenidas durante la campaña 2008/09, en la que los precios alcanzaron un valor mínimo de 0,4€/kg y un máximo de 0,6€/kg. En el gráfico 3 se puede observar la variación de la cotización en el precio de almacén para el ajo morado cortado desde la campaña 2007/08 hasta la actual.

Gráfico 3 Evolución del precio de ajo chino cortado².



Fuente: Precios semanales agrícolas. CAP

Para el precio medio obtenido por el producto calibrado se ha producido un ascenso similar en proporción a las cotizaciones de la anterior posición de mercado. Este precio incluye el transporte desde el campo a la manipuladora, el cepillado, la corta y la calibración. Conforme han ido transcurriendo las semanas durante la actual campaña, este precio ha sufrido un ligero incremento. En la tabla 2 se pueden observar los precios para esta posición comercial a mediados de la campaña y a finales de la misma.

Tabla 3 Precio calibrado del ajo para la campaña 2009/10.

Denominación	Calibre	Precio a mitad de campaña	Precio al final de la campaña
Primera	37 – 45 mm Ø	0,5-0,7€/kg	0,65-0,7€/kg
Flor	45 – 50 mm Ø	0,9-1€/kg	1,1-1,2€/kg
Superflor	50 – 55 mm Ø	1,1-1,3€/kg	1,3-1,5€/kg
Extraflor	55 – 60 mm Ø	1,3-1,4€/kg	1,5-1,7€/kg
Yumbo	+ 60 mm Ø	1,3-1,5€/kg	1,6-2€/kg

Fuente: Datos facilitados por el sector.

² No se presentan los precios para la campaña 2006 por no disponer de datos suficientemente representativos para la elaboración del presente informe. Para la campaña 2009/10 solo se dispone de datos hasta la semana 28.

El siguiente nivel de precios está formado por el precio del producto manipulado, esto es, el producto con eliminación de impurezas y pelado, eliminando así las capas de piel más externas. En consonancia con lo anteriormente expuesto, el precio del producto manipulado ha experimentado un importante ascenso. Según las informaciones facilitadas por el sector, a mediados de campaña se estaban obteniendo cotizaciones que oscilaban entre los 2,10€/kg y los 2,50€/kg, dependiendo del calibre, mientras que al final de la misma se han elevado hasta los 2,40€/kg-2,50€/kg de media.

7. Comercialización.

El descenso en las importaciones de ajo procedente de China ha repercutido en un aumento del interés hacia el producto andaluz, tanto del mercado nacional como del internacional. Todos los entrevistados confluyen en una misma apreciación sobre el balance general de campaña: La campaña actual ha registrado menores rendimientos en campo, aunque se han obtenidos unos precios excelentes, unidos a unos altos niveles de demanda. Los destinos principales para el producto andaluz están siendo Francia, Italia, Reino Unido y Alemania. Merece la pena destacar que debido a la bajada de las exportaciones originarias de China, se ha registrado un incremento de la demanda de producto procedente de Andalucía por parte de los países del sur del continente americano.

Las exportaciones andaluzas de ajo a nivel mundial, ascendieron durante el mes de mayo del año 2010 a 638.318 Tm, lo que representa un 4% más que para la misma fecha del año 2009.

Una práctica habitual de los productores andaluces es la de adquirir género de procedencias varias para poder así alargar su campaña de comercialización. Usualmente, China suele ser uno de los orígenes principales para este fin, aunque esta campaña y debido al elevado valor del producto chino, se están derivando las compras hacia los productores castellano-manchegos.

8. Consideraciones finales.

No obstante, y a pesar de la buena campaña de comercialización registrada por el ajo este año, todos los agentes consultados coinciden en sus predicciones de futuro para este sector, presentando un escenario de abandono progresivo del cultivo, continuando con la tendencia iniciada hace algunos años y sustituyendo esta hortaliza por otros cultivos. Aunque plantean una duda y es la posible inversión de la tendencia actual, provocada por los buenos resultados económicos obtenidos durante esta campaña, que pueden incitar a la recuperación de la superficie de cultivo perdida durante los últimos años.

Según las fuentes consultadas, desde algunas empresas productoras de la provincia de Córdoba, se ha puesto en marcha un proyecto de mejora de las variedades Spring y Blanco en colaboración con el IFAPA, con la intención de obtener semilla libre de virus y ser ostentores de una semilla certificada que les permita evitar la adquisición periódica de los bulbos de plantación. Con esto, lo que se pretende es la disminución de los costes de producción, ya que la adquisición a empresas productoras de semillas es una de las partidas de gasto más importantes para este cultivo.